

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN *HANDPHONE* SAMSUNG

(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Penyusunan Skripsi Jenjang Strata Satu

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

Eko Widayat Jati

B100110286

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca penelitian dengan judul:
ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* SAMSUNG

Yang ditulis oleh :

EKO WIDAYAT JATI

B100110286

Penandatangan berpendapat bahwa penelitian tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

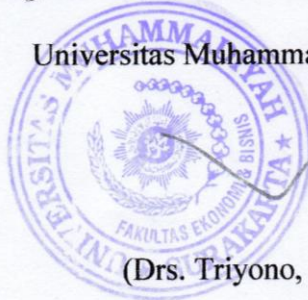
Surakarta, 13 Agustus 2016

Pembimbing

(Muzakar Isa, SE, M.Si)

Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. Triyono, SE, M.Si)

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* SAMSUNG

Yang ditulis oleh:

EKO WIDAYAT JATI

B100110286

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta pada hari 13 Agustus 2016 dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M.



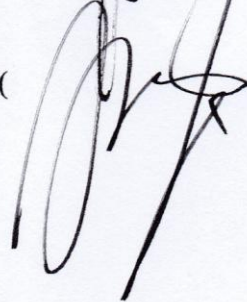
Ketua Dewan Penguji

2. Soepatini, SE., M.Si., Ph.D

Sekretaris Dewan Penguji

3. Muzakar Isa, SE, M.Si

Anggota Dewan Penguji

()
()
()

Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. Triyono, SE, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **EKO WIDAYAT JATI**
NIRM : **11.6.106.02016.500286**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Pada
Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **13 Agustus 2016**

Yang membuat pernyataan,

EKO WIDAYAT JATI

MOTTO

*“Bacalah dengan nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah. Yang mengajar dengan **Qalam**. Dialah yang mengajar manusia segala yang belum diketahui” (Q.S Al-.,Alaq 1-5).*

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik” (Evelyn Underhill).

*“Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti. Menarilah bagaikan tak seorang pun sedang menonton”
(Mark Twain).*

*“Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak”
(Aldus Huxley).*

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT dan terima kasih atas segala rahmat-Nya yang telah Ia berikan, dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Ayah dan ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan untaian do'a yang tiada henti dalam setiap langkahku.
2. Keluarga besar kami, terima kasih atas dukungan dan nasihatnya.
3. Muzzakar Isa, SE, M.Si yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penulisan skripsi.
4. Sahabat dan teman-teman yang selalu mendukungku.
5. Dan pihak-pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyelesaian skripsi kami yang belum bisa disebutkan satu persatu.

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* SAMSUNG

(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian *handphone* samsung dan faktor mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung.

Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan mengambil data menggunakan metode kuesioner pada responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2011 sampai 2015. Penelitian ini mengacu pada pendekatan positif, yaitu pendekatan yang memulai penelitian dengan hipotesis dan kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis.

Variabel kesadaran merek dan persepsi merek berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung. Sedangkan faktor asosiasi merek dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung. Variabel independen yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi merek, dan loyalitas merek secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian *handphone* Samsung. Dimana diperoleh F hitung sebesar 14.937 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai R square pada penelitian ini, yaitu sebesar 0.386, artinya 38,6% variabel keputusan pembelian *handphone* Samsung dapat dijelaskan oleh variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi merek, dan loyalitas merek, sedangkan sisanya sebesar 61,4% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain.

Dengan demikian sebaiknya produsen *handphone* Samsung harus memperhatikan asosiasi merek dan loyalitas merek produk agar konsumen agar dapat menguasai pasar.

Kata kunci: Ekuitas merek, kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi merek, loyalitas merek, kesadaran merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand equity on purchase decisions Samsung mobile phones and which factors most influence on the purchasing decision of Samsung mobile phones.

The analysis tool used is multiple linear regression, by retrieving data using questionnaires the respondents Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Surakarta class of 2011 to 2015. This study refers to the positive approach, the approach which began the study with a hypothesis and then followed by hypothesis testing ,

Variable brand awareness and brand perception but not significantly influence the purchasing decision of Samsung mobile phones. While factors of brand associations and brand loyalty significantly influence the purchasing decision of Samsung mobile phones. The independent variables consisting of brand awareness, brand association, brand perception and brand loyalty together (simultaneously) significantly influence the purchase decision variables Samsung mobile phone. Where obtained F count equal to 14 937 with a significance level of 0.000. R square value in this study, that is equal to 0.386, meaning that 38.6% of Samsung mobile phone purchase decision variable can be explained by the variable of brand awareness, brand association, brand perception and brand loyalty, while the remaining 61.4% is explained by factors another.

Thus the mobile phone manufacturer Samsung should have to pay attention to the brand association and brand loyalty products to consumers in order to dominate the market.

Keywords: brand equity, brand awareness, brand association, brand perception, brand loyalty, brand awareness, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* SAMSUNG”**.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Selama penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Muzzakar Isa, SE, M.Si, selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran serta kebijaksanaan dari awal sampai akhir penyusunan skripsi.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang senantiasa memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.

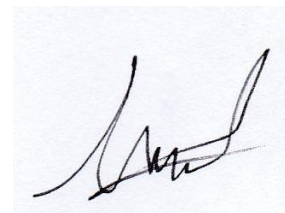
5. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan bantuan baik materiil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
6. Keluarga besar dan teman-teman yang selalu mendukung dan memberi semangat mengarungi kehidupan.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum dapat mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan, maka penulis akan sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri. Dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri, pembaca maupun bagi pengembang ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 Agustus 2015

Penulis



EKO WIDAYAT JATI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori	8
1. Pemasaran	8

2. Merek	10
3. Ekuitas Merek	12
4. Keputusan Pembelian	21
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran	28
D. Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
1. Variabel Dependen	30
2. Variabel Independen	30
C. Data dan Sumber Data	32
D. Metode Pengumpulan Data	32
E. Desain Pengambilan Sampel	33
1. Populasi	33
2. Sampel	33
3. Metode Pengambilan Sampel	34
F. Metode Analisis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Karakteristik Responden	40
B. Analisis Data	46
1. Statistik Deskriptif	46
2. Uji Asumsi Klasik	47

3. Uji Hipotesis	51
C. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	56
A. Simpulan	56
B. Keterbatasan Penelitian	57
C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jurusan	41
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	42
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Uang Saku	43
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua	44
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Daerah Asal	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Otokorelasi	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.13 Hasil Uji F	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	61
Lampiran 2 Tabel Data Penelitian	65
Lampiran 3 Deskriptif	68
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	69
Lampiran 5. Uji Hipotesis	71